

Gesellschaft

Landwirtschaft in den Medien – Themen und Darstellungsperspektiven

Thomas Alföldi^{1,2} und Aysel Tutkun-Tikir¹

¹ Gruppe Agrar-, Lebensmittel- und Umweltökonomie des Instituts für Umweltentscheidungen, ETH Zürich, CH-8092 Zürich

² Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL), CH-5070 Frick

Auskünfte: Thomas Alföldi, E-Mail: thomas.alfoldi@fibl.org, Tel. +41 62 865 72 31

Zusammenfassung

Im Zentrum der vorliegenden Inhaltsanalyse steht die Frage, über welche landwirtschaftlichen Themen Schweizer Medien berichten und wie diese Themen dargestellt werden. 1588 Artikel aus sechs Deutschschweizer Zeitungen und 215 TV Beiträge aus drei Informationssendungen des Schweizer Fernsehens werden dazu inhaltsanalytisch ausgewertet. Der Untersuchungszeitraum umfasst die Stichjahre 1996, 2000, 2004 und 2006. Zahl und Umfang der Medienbeiträge mit landwirtschaftlichen Inhalten bleiben zwischen 1996 und 2006 auf tiefem Niveau stabil. Über 50 % aller Print-Beiträge und 70 % aller TV-Beiträge fallen unter die beiden Themenkategorien «Produktion» und «Gesellschaft». Beiträge aus diesen Themenbereichen weisen im Durchschnitt mehr Nachrichtenfaktoren auf als die übrigen Themenbereiche «Agrarpolitik», «Agrarmärkte» und «Kommunikation».

Mit dem so genannten Framing-Ansatz wurde die Darstellungsperspektive der Themen ermittelt. Dabei zeigt sich, dass in den vergangenen zehn Jahren positive Darstellungsperspektiven zu und negative abnehmen. Wir führen dies auf die Veränderungen in der Medienbranche als Folge von Internet und Gratiszeitungen zurück, welche vor allem bei den Regionalzeitungen eine stärkere Regionalisierung der Berichterstattung zur Folge hat. Beiträge über Landwirtschaft im regionalen Kontext werden generell positiver dargestellt als solche in nationalem und internationalem Kontext.

Deutschschweizer Zeitungen und TV-Sendungen berichten mehrheitlich neutral bis positiv über landwirtschaftliche Themen. Dies hat eine Inhaltsanalyse für das Jahr 2004 ergeben (Alföldi *et al.* 2006). In der vorliegenden Inhaltsanalyse wird der Untersuchungszeitraum auf die Jahre 1996, 2000 und 2006 erweitert, um Veränderungen in der Berichterstattung während der letzten zehn Jahre aufzuzeigen. Unsere Stichprobe umfasst sämtliche Artikel mit landwirtschaftlichen Inhalten, die in den vier Tageszeitungen *Neue Zürcher Zeitung*, *Blick*, *Basler Zeitung* und *Neue Luzerner Zeitung* und in den beiden Wochenzeitungen *Weltwoche* und *Sonntagszeitung* erschienen sind. Ebenso wurden drei Informationssendungen des Schweizer Fernsehens (*Schweiz aktuell*, *Tagesschau* und *10vor10*) inhaltsanalytisch erfasst. Für die Print-

medien erfolgte die Auswahl der Artikel aufgrund der wöchentlich erscheinenden Presseschau des landwirtschaftlichen Informationsdienstes (LID). Die TV-Beiträge wurden im Online-Archiv des Schweizer Fernsehens unter www.sf.tv recherchiert. Zusätzlich zu den üblichen Variablen wie Fläche beziehungsweise Dauer, Ressort, Thema und Bewertung sowie Akteure (Alföldi *et al.* 2006) haben wir für jeden Beitrag Nachrichtenfaktoren, Vertiefungsgrad sowie die Darstellungsperspektive (Frame) bestimmt.

Massenmedien bilden die Wirklichkeit nicht einfach ab, sondern konstruieren nach spezifischen Kriterien eine eigene Medienwirklichkeit (Bonfadelli 2002). Daraus ergeben sich für unsere Arbeit zwei Schwerpunkte: Erstens interessiert uns die Frage, welche Themen die Journalistin-

nen und Journalisten auswählen. Erklärungen dazu liefert die Nachrichtenwerttheorie (Pürer 2003). Zweitens fragen wir nach der Darstellungsperspektive der Ereignisse und verwenden dazu den Framing-Ansatz (Scheufele 2003, Dahinden 2006). Das Ziel der Arbeit ist es, herauszufinden, ob die Medien tatsächlich ein negatives Bild der Landwirtschaft zeichnen, wie es aus Landwirtschaftskreisen immer wieder bemängelt wird.

Berichterstattung auf tiefem Niveau stabil

Obschon der Anteil der landwirtschaftlichen Bevölkerung in den letzten Jahren kontinuierlich zurückgegangen ist, blieben Zahl und Umfang der Beiträge mit landwirtschaftlichen Inhalten zwischen 1996 und 2006 stabil. Mit rund 120 Artikeln pro Jahr berichtet die *Neue Zürcher Zeitung* am häufigsten über landwirtschaftliche Themen, gefolgt von den beiden Regionalzeitungen *Neue Luzerner Zeitung* und *Basler Zeitung* (Tab. 1). In der Boulevardzeitung *Blick* erscheinen pro Jahr nur etwa 40 Artikel über landwirtschaftliche Themen.

Das Thema Landwirtschaft nimmt damit in den untersuchten Medien einen Anteil zwischen 0,5 und 1 % am gesamten Themenspektrum (ohne Sport und Feuilleton) ein. Dieser Wert entspricht etwa dem Anteil der Landwirtschaft am Bruttoinlandsprodukt, liegt jedoch deutlich tiefer als der Anteil der landwirtschaftlichen Bevölke-

rung an der Gesamtbevölkerung, der bei knapp 4 % liegt. Geht man von der Prämisse aus, dass die Medienberichterstattung mindestens dem Bevölkerungsanteil entsprechen sollte (Bonfadelli 2002), folgern wir, dass landwirtschaftliche Themen in den untersuchten Medien zwar ihren festen Platz haben, das Medieninteresse insgesamt aber als gering einzuschätzen ist.

Kategoriensystem erfasst Themenspektrum

Kernstück jeder Inhaltsanalyse ist das dazugehörige Kategoriensystem. Für die vorliegende Inhaltsanalyse wurde ein dreistufiges Kategoriensystem entwickelt. Die Oberthemen «Agrarpolitik», «Agrarmärkte», «Produktion», «Gesellschaft» und «Kommunikation» unterteilen sich in 23 Hauptthemen und 65 Unterthemen. In Tabelle 2 ist die Ereignislage anhand einiger Stichworte beschrieben und für jedes Jahr sind die fünf wichtigsten Hauptthemen aus dem Printbereich aufgeführt.

1996 ist rund ein Drittel aller Zeitungsartikel dem Thema BSE gewidmet. Ausgelöst hat die intensive BSE-Berichterstattung der britische Gesundheitsminister am 20. März 1996 mit seiner Aussage, ein Zusammenhang zwischen BSE und der Creutzfeld-Jakobs-Krankheit sei nicht auszuschliessen. Im Zusammenhang mit BSE wird der zusammengebrochene Fleischmarkt zum zweithäufigsten Thema. BSE und Fleischmarkt dominieren im Jahr 1996

Tab. 1. Anzahl Beiträge pro Zeitung und TV-Sendung in den vier Untersuchungsjahren

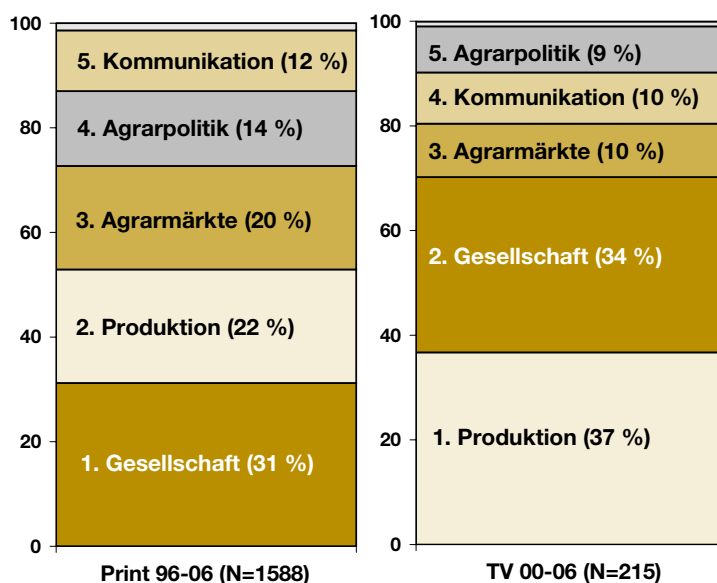
Jahr	Printmedien						Fernsehen			Total
	Überregional		Regionalzeitungen		Wochenzeitungen		Informationssendungen			
	NZZ*	Blick	BaZ	NLZ	WW	SoZ	CHak	TS	10v10	
1996	147	49	73	113	11	20	-	-	-	413
2000	122	18	94	93	10	37	22	31	21	448
2004	121	58	77	98	13	28	17	19	4	435
2006	101	46	108	107	7	37	27	46	28	406
Gesamt(N)	491	171	352	411	41	122	66	96	53	1803
Print (%)	30	11	22	26	3	8				1588
TV (%)							31	44	25	215

*NZZ Neue Zürcher Zeitung, BaZ Basler Zeitung, NLZ Neue Luzerner Zeitung, WW Weltwoche, SoZ Sonntagszeitung, CHak Schweiz aktuell, TS Tagesschau, 10v10 Zehn vor zehn

Tab. 2. Ereignisse und Top-Themen in den Print-Medien

Jahr	Wichtige Ereignisse (chronologisch)	Top-5-Themen in Print-Medien
1996	Neue Importregelung Weisswein, BSE-Krise, Schlachtplan, AP 2002, Abstimmung LW Art. 104, Affäre Käseunion, Bauerdemo endet mit Krawallen	1. Gesellschaft – LM-Sicherheit/BSE (31 %) 2. Agrarmärkte – Fleisch (17 %) 3. Agrarpolitik – Inland (10 %) 4. Agrarmärkte – Preise, Einkommen (6 %) 5. Agrarmärkte – Vermarktung (4 %)
2000	Genlex und Moratorium, Abstimmung bilaterale Verträge, Wechsel an Spitze BLW und SBV, BSE in Deutschland, Frankreich, Italien	1. Gesellschaft – LM-Sicherheit/BSE (23 %) 2. Produktion – Pflanzen (13 %) 3. Kommunikation - Veranstaltungen (9 %) 4. Gesellschaft – Gentechnologie (8 %) 5. Produktion – Tiere (7 %)
2004	Gentech-Freilandversuch der ETH, Streit Pachtland, WTO-Rahmenabkommen erfolgreich, Galmiz, Olma-Rede BR Blocher, Börsengang Emmi	1. Agrarmärkte – Milch, Käse (14 %) 2. Kommunikation - Veranstaltungen (11 %) 3. Produktion – Pflanzen (8 %) 4. Agrarpolitik – WTO (7 %) 5. Gesellschaft – Galmiz (6 %)
2006	Freihandel mit EU statt USA, Feinstaub, Vogelgrippe, WTO-Verhandlungen unterbrochen, AP 2011, Studie Avenir Suisse	1. Agrarpolitik – Inland (14 %) 2. Gesellschaft – LM-Sicherheit/ Vogelgrippe (11 %) 3. Agrarmärkte – Milch/Käse (10 %) 4. Produktion – Pflanzen (9 %) 5. Produktion – Tiere (9 %)

Abb. 1. Themenverteilung in Print und TV-Medien. Auswertung über vier Untersuchungsjahre: 1996 (nur Print), 2000, 2004 und 2006.



dermassen, dass die restlichen Themen anteilmässig unbedeutend bleiben. So widmen sich nur 10 % aller Beiträge agrarpolitischen Themen. Dies obschon 1996 mit der AP 2002 und der Abstimmung über den Landwirtschaftsartikel 104 bedeutende Themen auf der agrarpolitischen Agenda stehen.

BSE ist auch im Jahr 2000 das bedeutendste Thema. Während des ganzen Jahres berichten die Zeitungen über die Massnahmen gegen den Rinderwahn im In- und Ausland. Im November werden die ersten BSE-Fälle in Frankreich, Italien und Deutschland publik, die Berichterstattung intensiviert sich erneut. Berichte über produktionsorientier-

te Themen (Pflanzen und Tiere) nehmen den zweiten Rang ein.

Das Jahr 2004 verläuft vergleichsweise ruhig. BSE verliert an Bedeutung, am häufigsten wird jetzt über die Agrarmärkte berichtet insbesondere über Veränderungen auf dem Milch- und Käsemarkt. Stichworte dazu sind Milchpreisverhandlungen, Käseersterben und der Börsengang von Emmi im Dezember 2004.

Im Jahr 2006 kommt das Thema Lebensmittelsicherheit aufgrund der Vogelgrippe wieder in die Schlagzeilen, erreicht aber nicht die dominierende Stellung der BSE-Berichterstattung von 1996 und 2000. Die

Diskussionen um die Agrarreform 2011, ein mögliches Freihandelsabkommen mit der EU sowie die im November vorgestellte Studie von Avenir Suisse über die Zukunft der Schweizer Landwirtschaft haben zur Folge, dass erstmals agrarpolitische Themen auf dem ersten Platz zu finden sind.

Abbildung 1 fasst die Verteilung aller Print- und TV-Beiträge auf die fünf Oberthemen zusammen. Die beiden Oberthemen «Gesellschaft» und «Produktion» erreichen bei den Printmedien einen Anteil von über 50 %, im Fernsehen sogar über 70 %. Die abstrakteren Themen «Agrarpolitik» und «Agrarmärkte» sind für das Bildmedium Fernsehen weniger attraktiv.

Nachrichtenfaktoren beeinflussen Themenauswahl

Weshalb bevorzugen Journalisten Themen aus den Bereichen «Gesellschaft» und «Produktion» gegenüber den übrigen Themen? Einen Erklärungsansatz dafür liefert die Nachrichtenwerttheorie. Gemäss dieser Theorie steigt die Chance, dass die Medien über ein Ereignis berichten, je mehr Nachrichtenfaktoren es aufweist (Bonfadelli 2002). In den letzten Jahren entwickelten Kommunikationsforscherinnen und -forscher ein immer differenzierteres Spek-

Tab. 3. Zuordnung von Nachrichtenfaktoren zu den Oberthemen (Auswertung über alle Print- und TV-Beiträge, mehrere Nachrichtenfaktoren pro Beitrag möglich)

Oberthema	Nachrichtenfaktoren (Verteilung in %)								
	Aktualität	Kontinuität	Konflikt	Nähe	Erfolg	Schaden	Human Touch	Prominenz	Überraschung
	N=863	(548)	(382)	(372)	(264)	(231)	(201)	(163)	(131)
Politik	15	14	18	7	6	4	7	37	2
Markt	17	13	19	16	23	13	8	9	9
Produktion	15	7	14	37	42	24	48	6	40
Gesellschaft	41	63	39	27	18	53	23	29	39
Kommunikation	12	3	10	13	11	4	13	18	8
Total (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100

trum von Nachrichtenfaktoren. Eine Übersicht dazu findet sich bei Pürer (2003), auf der auch unsere Nachrichtenfaktoren basieren.

In Tabelle 3 sind diese Nachrichtenfaktoren, nach ihrer Häufigkeit geordnet, aufgelistet. Zudem ist dargestellt, wie sich die einzelnen Faktoren auf die Oberthemen verteilen. Produktionsorientierte Themen weisen häufiger die Nachrichtenfaktoren «geographische Nähe», «Human Touch» oder «Erfolg» auf als andere Themen. «Human Touch» steht beispielsweise im Zentrum eines TV-Beitrages über einen allein erziehenden Bergbauern, der mit seinen Kindern ohne fließendes Wasser auskommen muss. Innovative Projekte von Bauernfamilien enthalten auch häufig den Faktor «Überraschung», wie beispielsweise der Bericht über ein Grusellabyrinth auf einem Innerschweizer Bauernhof in der *Neuen Luzerner Zeitung*. Themen aus dem Bereich Gesellschaft wie BSE oder Gentechnologie enthalten oft die Faktoren «Konflikt» und «Schaden». Agrarpolitik weist den Faktor «Prominenz» am häufigsten auf.

Der Framing - Ansatz

Frames dienen dazu komplexe Themen zu reduzieren. Framing ist in allen Bereichen massenmedialer Kommunikation (Public Relations, Journalismus, Medieninhalte und Publikum) von Bedeutung (Dahinden 2006). Hier beschäftigen wir uns mit text- und bildimmanenten Frames, welche von Leonarz (2004) auch als Medienframes bezeichnet werden. Medienframes werden durch Sinnbilder, Metaphern, Stereotypen, Informationsquellen, Standardphrasen und Hervorheben bestimmter Cluster, welche Wertungen und Fakten bekräftigen, ausgedrückt (Entmann 1993). Sie werden nebst manifesten Textstellen auch durch latente Ausprägung geprägt. Leonarz (2004) weist deshalb auf die wesentliche Rolle des Forschenden hin. Da das wissenschaftliche Analysieren von Medienbeiträgen nicht der normalen Medienkonsumation entspricht, müssen aufgedeckte Medienframes nicht zwingend einen Einfluss auf das Publikum haben. Der Framing-Ansatz scheint uns besser geeignet, um zu einer differenzierteren Wertung zu gelangen als dies mit einer einfachen Bewertung negativ, neutral oder positiv möglich ist. Zudem ermöglicht dieser Ansatz, die breite Themenvielfalt zu verdichten und auf das «wie» der Darstellungsperspektive zu fokussieren. Der Framing-Ansatz erlaubt im Longitudinalvergleich die vorherrschende «Grosswetterlage» detailliert zu charakterisieren.

Frames beschreiben die Darstellungsperspektive

Um Themen zu vereinfachen, heben Journalisten gewisse Aspekte besonders hervor und lassen andere weg. Die Wirklichkeit wird in den Medien also nicht einfach gespiegelt, sondern über unterschiedliche Darstellungsperspektiven neu konstruiert. Beim Framing-Ansatz steht nicht die Selektion von Ereignissen im Vordergrund, sondern die Frage, welche Aspekte in einer bereits als erwähnenswert befundenen Nachricht besonders herausgehoben werden.

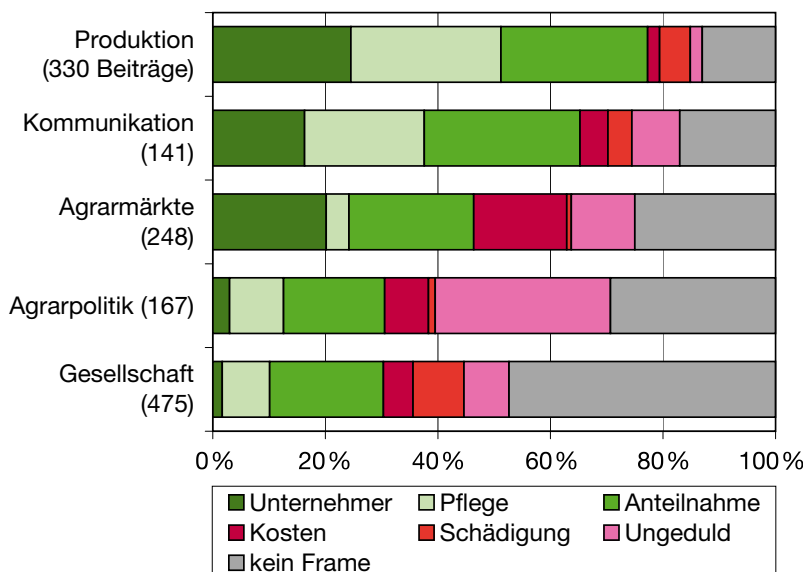
Aufgrund der vorhandenen Erfahrungen und Hypothesen wur-

den deduktiv drei Frame-Paare mit «positiver» und «negativer» Wertung in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales definiert (Tabelle 4). Die Frames beziehen sich auf den gesamten Sektor Landwirtschaft und deren Akteure. Es wurde darauf geachtet, dass sie sich sowohl von den inhaltlichen Kategorien als auch von den Nachrichtenfaktoren abgrenzen. Die drei Frames «Unternehmer», «Pflege» und «Anteilnahme» stehen für eine vorwiegend positive Darstellungsperspektive, während die Frames «Kosten», «Schädigung» und «Ungeduld» eher negativ geprägt sind. Das gleiche Ereignis kann dabei in verschiedenen

Tab. 4. Positive und negative Darstellungsperspektiven (Frames) zum Themenbereich Landwirtschaft unter den Aspekten Ökonomie, Ökologie und Soziales.

	Ökonomie	Ökologie	Soziales
positiv	<p>Unternehmer: Landwirtschaft (LW) ist innovativ und konsumentenorientiert</p> 	<p>Pflege: LW pflegt Natur und Umwelt und Tiere.</p> 	<p>Anteilnahme: Verständnis für schwierige Situation der LW.</p> 
negativ	<p>Kosten: LW verursacht zu hohe Kosten und die Agrarlobby verteidigt diese.</p> 	<p>Schädigung: LW als Natur- und Umweltzerstörer, kein Tierschutz.</p> 	<p>Ungeduld: Veränderungen gehen zu langsam.</p> 

Abb. 2. Verteilung der Frames auf die Oberthemen in Print- und TV-Medien, Jahre 1996, 2000 und 2006.



Beiträgen aus unterschiedlichen Perspektiven dargestellt werden. So stehen beispielsweise in vielen Medien als Reaktion auf die Studie «Der befreite Bauer» von Avenir Suisse die Diskussion um die Direktzahlungen und damit das Kosten-Frame im Vordergrund. *10vor10* hingegen portraitiert eine Bauernfamilie, die ihren Hof aufgeben musste und zeigt so die Konsequenzen der Studie für die Betroffenen auf. Die gewählte Darstellungsperspektive entspricht dem Anteilnahme-Frame. In einem Meinungsartikel in der *Basler Zeitung* hält der Direktor des Bauernverbandes der Avenir Suisse die Leistungen der Bau-

ernfamilien entgegen und verwendet dabei das Pflege-Frame. Typisches Beispiel für das Unternehmer-Frame ist die Serie «Innovationen in der Landwirtschaft», erschienen in der *Neuen Luzerner Zeitung*. In einer anderen Serie über «die schönsten Luzerner Alpen» dominiert das Pflege-Frame. Ein Artikel im *Blick* über Traktoren und Gülle als Feinstaubverursacher, entspricht dem Schädigungs-Frame. Ein Beitrag in der *Sonntagszeitung* unter dem Titel «So melken die Bauern den Staat» steht für das Kosten-Frame.

Fast 80 % der Print- und TV-Beiträge über produktionsorien-

tierte Themen und 70 % aus dem Bereich Kommunikation sind positiv geframt (Abbildung 2). Das negative Kosten-Frame wird am häufigsten im Themenbereich Agrarmarkt verwendet, das Ungeduld-Frame bei agrarpolitischen Themen. Bemerkenswert ist, dass die Hälfte der Beiträge aus dem Bereich Gesellschaft, mit den brisanten Themen BSE, Vogelgrippe oder Gentechnologie, nicht geframt werden. Wenn sie geframt werden, dann überwiegt das Anteilnahme-Frame.

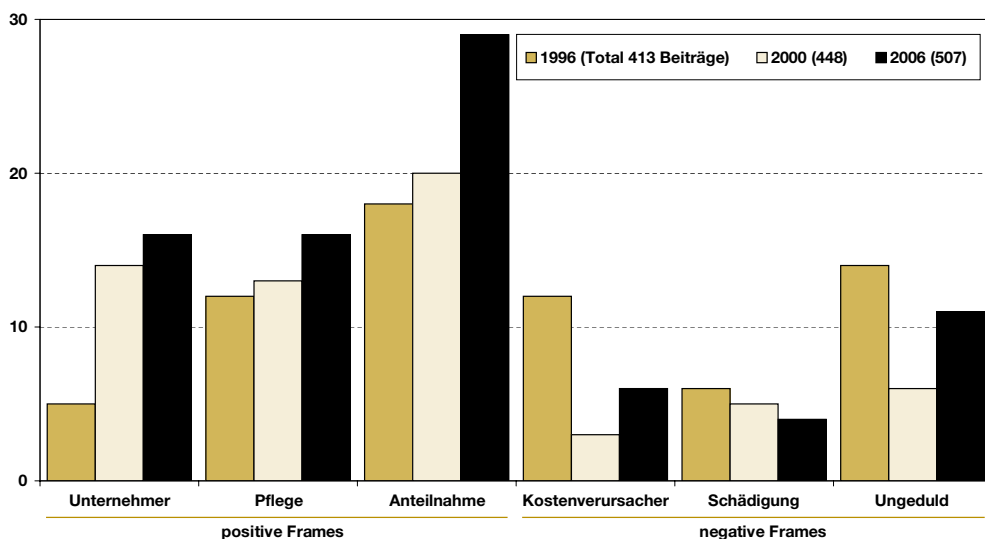
Zunahme der positiven Frames

Zwischen 1996 und 2006 nehmen die positiven Frames zu, die negativen Frames nehmen ab (Abb. 3). Bei den positiven Frames ist im Jahre 2006 das Anteilnahme-Frame am häufigsten, bei den negativen das Ungedulds-Frame. Bei den beiden Regionalzeitungen ist die Verschiebung von negativen zu positiven Frames besonders ausgeprägt. Eine Erklärung dafür ist, dass sich im gleichen Zeitraum auch die Zahl der Artikel mit regionalem Bezug, besonders in den Regionalzeitungen, erhöht hat. Unsere Ergebnisse zeigen, dass Themen mit regionalem Bezug generell positiver bewertet werden als Beiträge über nationale und internationale Themen. Die regionalen Beiträge gehen allerdings auch weniger in die Tiefe, das heisst es kommen weniger kontroverse Quellen zu Wort und eigene Analysen der Journalisten sind selten.

Schlussfolgerungen

Landwirtschaftliche Themen haben in den hier untersuchten Deutschschweizer Medien ihren festen Platz. Zahl und Umfang der Beiträge ist in den letzten zehn Jahren konstant geblieben. Mit einem geschätzten Anteil von deutlich unter einem Prozent muss das Medieninteresse

Abb. 3. Anteile unterschiedlicher Frames in den Print- und TV-Medien für die Jahre 1996, 2000 und 2006.



an landwirtschaftlichen Themen insgesamt aber eher als gering beurteilt werden. Ohne die Berichterstattung über BSE, Gentechnologie und Vogelgrippe wäre die Landwirtschaft klar als Randthema zu taxieren. Die Landwirtschaft wird in den Medien vorwiegend neutral bis positiv behandelt und über die letzten zehn Jahre haben wir einen Trend zu zunehmend positiven Darstellungsperspektiven festgestellt. Zurückzuführen ist dies auf eine zunehmende «Regionalisierung» aufgrund Veränderungen in der Medienbranche (Gratiszeitungen, Internet), die allerdings auch mit einer zunehmenden Oberflächlichkeit der Berichterstattung einhergeht.

Literatur

- Alföldi T., Tutkun-Tikir A. & Lehmann B. 2006. Wie Schweizer Medien über die Landwirtschaft berichten. *Agrarforschung* 13 (1) 34-39.
- Bonfadelli H. 2002. Medieninhaltsforschung. UVK Verlagsgesellschaft Konstanz. 212 S.
- Dahinden U. 2006. Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation. UVK Verlagsgesellschaft Konstanz. 346 S.
- Entmann R.M. 1993. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* 43 (4) 51-58.
- LID, diverse Jahrgänge. Wöchentliche Presseschau herausge-

geben vom Landwirtschaftlichen Informationsdienst, Bern.

- Leonarz M. 2004. Framing: Potential und Tücken einer neuen Perspektive. In: Informationsgesellschaft Schweiz - Medien, Organisationen und Öffentlichkeit im Wandel. H. Bonfadelli, M. Leonarz und Meier W. A. (Hrsg), Seismo: 159-185.
- Pürer H. 2003. Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. UVK Verlagsgesellschaft Konstanz. 597 S.
- Scheufele B. 2003. Frames – Framing – Framing-Effekte. Westdeutscher Verlag. 248 S.

Das Forschungsprojekt wurde von Mirko Marr, Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (IPMZ) methodisch und vom Bundesamt für Landwirtschaft finanziell unterstützt.

RÉSUMÉ

L'agriculture dans les médias – thèmes choisis et perspectives selon lesquelles ils sont présentés

Cette analyse de contenu a pour objet d'identifier les thèmes relatifs à l'agriculture traités dans les médias suisses et d'étudier comment ces thèmes sont présentés. À cet effet, le contenu de 1588 articles parus dans six journaux suisses allemands et de 215 sujets télévisés issus de trois émissions d'information a été évalué. La période étudiée porte sur les années 1996, 2000, 2004 et 2006.

Le nombre et le volume des contributions relatives à l'agriculture dans les médias sont restés stables, à un niveau faible, entre 1996 et 2006. Plus de 50% de tous les articles imprimés et 70% de l'ensemble des émissions télévisées se répartissent dans deux catégories: «production» et «société». Les articles ou les émissions dans ces deux domaines, ont en moyenne plus de valeur journalistique que dans les 3 autres thèmes: «politique agricole», «marchés agricoles» et «communication».

L'étude de l'effet de cadrage (framing) indique les perspectives selon lesquelles les thèmes sont présentés. Cette approche révèle une augmentation des présentations dans une perspective positive et un recul des présentations sous un angle négatif au cours des 10 dernières années. Nous attribuons ces changements dans le secteur médiatique au développement d'Internet et des journaux gratuits, où la présentation de l'information, en particulier dans les journaux régionaux, a une forte imprégnation régionale. Les articles relatifs à l'agriculture dans le contexte régional sont généralement présentés de manière plus positive que dans le contexte national ou international.

SUMMARY

Agriculture in the media – which issues are addressed and how are they represented?

The content analysis presented focuses on the question of which agricultural issues are reported in the Swiss media and how these issues are represented. For this purpose 1588 articles from six German-language Swiss newspapers and 215 TV reports from three news programmes on Swiss television were analysed according to their content; the research material was taken from the years 1996, 2000, 2004 and 2006.

Both the number and the length of media reports on agricultural issues remained stable at a low level between 1996 and 2006. More than 50% of all print media reports and 70% of all TV reports fall into the categories of «production» and «society». Reports about these issues are also shown to contain a greater average number of high news value factors than those about other issues, such as «agricultural policy», «agricultural markets» and «communication».

The way the issues are represented was determined using the framing approach. This shows that over the last 10 years there has been an increase in positive frames and a decrease in negative frames. We put this down to changes in the media industry that have occurred as a result of the Internet and free newspapers; these changes have led to a greater emphasis on reports from the region, particularly among the regional newspapers. Reports about agriculture in the regional context are generally represented in a more positive light than those in the national and international context.

Key words: content analysis, media coverage, perception of agriculture, public opinion, mass media, television, newspapers, journalism, framing, news selection